

концепций, описывающих развитие и перспективу развития прогрессирующих обществ, подтвержденная историческим опытом. Она позволила наиболее адекватно проанализировать изменения, происшедшие в западных странах за последние тридцать лет. Она устраивала как социологов, так и исследователей в области социальной философии, экспертов по вопросам общественного развития, но до определенного момента. Сейчас прослеживается необходимость альтернативы данной концепции. Сегодня общество стоит вновь перед выбором: или продолжать бездействовать и констатировать увеличивающиеся глобальные проблемы, или попытаться изменить вектор социального развития.

Библиографические ссылки на источники

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999.
2. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М., 2000.

ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА В КОНЦЕПЦИИ Ф. ХАЙЕКА

О. С. Бучковская

*студентка Департамента философии Института
социальных и политических наук Уральского федерального
университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург*

Прежде чем говорить о такой категории, как «философия бизнеса», необходимо ввести ряд дефиниций. Прежде всего, я хотела бы рассмотреть понятие «философия хозяйства», которое подробным образом было раскрыто в работе Сергея Николаевича Булгакова «Философия хозяйства». Он использует оригинальный подход к определению понятий «философия» и «экономика», соединив в философии хозяйства философию и теорию экономики. Собственно, философия хозяйства – это и есть философское, методологическое, мировоззренческое осмысление проблем экономики в их взаимосвязи с духовными формами жизни общества. Проблемам экономической теории дается философское толкование. Главным в ценностной системе философии хозяйства, по словам Булгакова, является человек, который предстает в трех ипостасях: дух, душа, тело. Каждая человеческая личность участвует в хозяйственной деятельности. Обосновывается хозяйство, как единый процесс, в котором разрешается общая задача и творится общее дело. В многообразных актах хозяйства осуществляется по существу единая деятельность, которую правомерно назвать экономической.

Философия экономики допустима, как составная часть философии хозяйства вообще. Тогда она не теряет мировоззренческой

обусловленности и становится способна к аналитическому рассмотрению экономики. Философия хозяйства позволяет видеть предмет шире и глубже, чем философия экономики, она нацеливает на исследование последнего, как феномена человеческой жизни вообще, как сначала абстрактного его образа, а затем и ряда конкретных образов (способ человеческого бытия в природе, взаимодействие человека с природой). Актуальность философии хозяйства определяется необходимостью дать ответы на вопросы, поставленные современным этапом развития постиндустриального общества. Это особенно важно в связи с общей технологизацией культуры и науки и образа мышления. Философия хозяйства в самом широком смысле – это институциональная теория, развивающаяся на стыке экономической теории, философии, психологии, истории, права и теории бизнеса. В центре внимания философии хозяйства объективно оказывается философия бизнеса в рамках общественного развития.

Далее перейдем к рассмотрению философии бизнеса, изложенной в трудах австрийского экономиста и философа Фридриха Августа фон Хайека. Он прослеживает эволюцию понятия предприниматель. Первым определением предпринимательства было – человек, действующий в условиях риска. Далее начали понимать предпринимателя, как лицо, несущее ответственность за предпринимаемое дело. Важнейшее значение для развития современного бизнеса имел вывод ученых XVIII–XIX вв. о том, что предприниматель – это собственник капитала, владелец собственного дела, управляющий им. В XX в. философы стали уделять еще более серьезное внимание развитию теории предпринимательства, его сущностным характеристикам, роли в экономическом развитии стран. Высказываются новые точки зрения на предпринимательство, формируется довольно устойчивая философия бизнеса.

По мнению Ф. Хайека предприниматель, как хозяйствующий субъект, характеризуется особым поведением, стремлением обнаружить различные возможности получения прибыли. Хайек особо подчеркивает, что в современных условиях предприниматели действуют в рамках высокой рыночной конкуренции и побеждает тот из них, кто в этой конкуренции выживет.

Сообразно концепции Хайека, можно выделить обобщенное понимание феномена философии бизнеса как раздела философии, дающего оценку деятельности бизнесмена как форме реализации субъектом целерациональной активности в соответствии с его интересами и потребностями. В основе этой деятельности лежат органически включенные в его структуру объективные (социальные) и субъективные (личностные) ценности и нормы. Эта деятельность, с одной стороны, представляет собой сложнейшую систему

адаптации субъекта к изменяющимся внешним условиям среды, а, с другой – активную форму преобразования данной среды в соответствии с объективными возможностями и личностными ценностями и целями.

В более узком, современном понимании философия бизнеса очень часто рассматривается как философия отдельного предприятия, компании. Компания, корпорации, да и любая организация в целом – это тот же живой организм, который, как и человек, рождается, развивается, взрослеет, испытывает сложности, достигает успеха. Философия компании – это совокупность смыслов, ценностей и целей деятельности работающих в ней людей, это основополагающие установки, в соответствии с которыми организация осуществляет свою деятельность. Она может включать в себя такие составляющие, как миссия, видение компании, ценности, ключевые компетенции компании, обязательства компании перед заинтересованными группами. Миссия – это предназначение, смысл существования компании, главная ее цель.

В начале XX в. начала складываться философия предпринимательства, основанная на концепции так называемого «общества потребления», т. е. общества, целью существования которого является удовлетворение потребностей сограждан. Вообще вопросам социальной ответственности предпринимателей в философии предпринимательства отводится не так уж много места, хотя в информационном, постиндустриальном обществе с большей силой заявляет о себе общественная потребность в социально ответственном предпринимательстве, актуализируются ценности этики бизнеса, в том числе и в стремительно растущей сфере услуг.

Предназначение бизнеса на сегодняшний день состоит не только в получении прибыли, существует еще и социальная ответственность, которая предполагает отношения доверия и партнерства. В обществе сложились представления о том, что бизнес должен ответственно действовать в таких сферах, как защита среды обитания, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителя и т. п. Для успешного бизнеса предприятие должно уметь приспосабливаться и откликаться на проблемы, возникающие в социальной среде, чтобы сделать эту среду более благоприятной к организации.

Однако не подлежит сомнению, что для любого предпринимателя на первом месте стоит выживание его бизнеса и только потом – проблемы общества. Если предприниматель не способен вести дело с прибылью, вопрос о социальной ответственности становится по преимуществу академическим. Тем не менее, предприниматели должны вести свои дела в соответствии

с общественными ожиданиями и с философской точки зрения целью предпринимательства должно быть удовлетворение основных жизненных и культурных потребностей человека.

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ БРАКА: СУЩЕСТВОВАНИЕ НА ПОЛЬЗУ ИЛИ ВО ВРЕД?

А. М. Горбунова

*студентка Департамента философии Института
социальных и политических наук Уральского федерального
университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург*

В современном мире стала очень значимой и актуальной проблема гендерных стереотипов, а именно их влияние на поведение как мужчин, так и женщин. В частности меня волнует проблема стереотипа места и роли замужней женщины, т. е. ее удела.

В нашем обществе происходят процессы демократизации и гуманизации, способствующие созданию равных возможностей для реализации личности независимо от социального происхождения, положения, национальности, возраста и пола. Однако сознанию обоих полов присущи стереотипные представления о роли в жизни, положении, статусе. Эти стереотипы очень часто негативно влияют на процесс создание семьи, т. к. из-за того, что мужчины и женщины руководствуются уже сформулированными кем-то правилами (распределением домашних обязанностей, выбор главы семьи и т. д.) и все это не дает им выстроить адекватные, гармоничные отношения, которые бы удовлетворяли их обоих.

Структурные сдвиги в экономике и занятости российского общества привели к существенным изменениям во всех сферах жизни российского социума и в частности во внутрисемейном разделении домашнего труда. Как показывают западные и российские исследования, в современном обществе получает распространение эгалитарный тип внутрисемейных отношений, когда резкая дифференциация труда между полами в семейной и общественной жизни исчезает, уступая место интеграции супружеских ролей и высокой степени их взаимозаменяемости. В основном это связано с ростом профессиональной занятости и расширением образования женщин, в основе которых лежат не только экономические, но и в значительной степени социально-психологические факторы.

Процесс высвобождения из традиционного представления коснулся не только женской роли, но и мужской. Благодаря большому участию женщин в наемном труде мужчины сбрасывают иго роли единственного кормильца, освобождаясь от давления профессии